

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2026/2027**

.....

data zatwierdzenia przez Radę Instytutu

pieczęć i podpis dyrektora

Studia wyższe na kierunku	ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I PUBLIKOWANIE CYFROWE
Dziedzina/y	dziedzina nauk społecznych, dziedzina sztuki
Dyscyplina wiodąca (% udział)	nauki o komunikacji społecznej i mediach – 70 %
Pozostałe dyscypliny (% udział)	sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki – 30%
Kod ISCED	0322
Poziom	studia II stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	stacjonarne
Specjalności	–
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	4 semestry
Uzyskiwany tytuł zawodowy	magister
Warunki przyjęcia na studia	Konkurs dyplomów. Przy jednakowych ocenach na dyplomie decyduje średnia ocen ze studiów I stopnia. Studia przewidziane dla osób posiadających dyplom licencjata dowolnego kierunku.

Efekty uczenia się

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się PRK Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia ¹ i II stopnia ²	Formy sprawdzania efektów uczenia się
WIEDZA (absolwent zna i rozumie)			
K2_W01	Ma zaawansowaną wiedzę z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach, głównie w zakresie zarządzania informacją, jej architektury, aspektów komunikowania społecznego oraz działalności medialnej, także w ujęciu cyfrowym. Dysponuje wiedzą na temat diagnostyki potrzeb informacyjnych różnych środowisk, sposobów ich zaspakajania oraz wykorzystania w działalności kulturalnej, naukowej i komercyjnej. W stopniu pogłębionym zna terminologię z zakresu nauk społecznych i nauk o sztuce.	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, test wiedzy, analiza literatury przedmiotu, prezentacja
K2_W02	Zna metody tworzenia, analizy i interpretacji środowisk informacyjnych, wizualizacji danych, cyfrowej prezentacji informacji oraz standardy niezbędne w profesjonalnej działalności informacyjnej i wydawniczej; zna narzędzia oraz technologie związane z bezpieczeństwem informacji. W stopniu pogłębionym umie wykorzystywać podstawy teoretyczne oraz praktyczne narzędzia tworzenia, analizy oraz interpretacji przekazów medialnych w profesjonalnej działalności kulturalnej, naukowej i komercyjnej.	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, projekt praktyczny, analiza przypadku, prezentacja projektu
K2_W03	Wykazuje wszechstronną znajomość metod zarządzania informacją oraz technik publikowania cyfrowego. Ma usystematyzowaną wiedzę z zakresu zasad tworzenia komunikatu medialnego.	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, projekt wydawniczy, ćwiczenia praktyczne, portfolio
K2_W04	Zna i dogłębnie rozumie mechanizmy kreowania innowacji oraz modele biznesowe, specyficzne dla gospodarki cyfrowej. Posiada rozszerzoną wiedzę o strategicznej roli informacji jako kapitału przedsiębiorstwa.	P7U_W, P7S_WK	egzamin pisemny, studium przypadku, projekt biznesowy, prezentacja
K2_W05	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu ochrony własności intelektualnej. Zna standardy dostępności i użyteczności systemów informacyjnych. Rozumie	P7U_W, P7S_WK	egzamin pisemny, analiza aktów

¹ Zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2016, poz.64)

² Zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r., poz. 2218).

	prawne, ekonomiczne i marketingowe uwarunkowania działalności wydawniczej, informacyjnej i artystycznej. Dysponuje wiedzą z zakresu prawa mediów oraz kodeksów etyki dziennikarskiej. Posiada wiedzę z zakresu zarządzania instytucjami z sektora informacji i mediów. Zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.		prawnych, projekt praktyczny, studium przypadku
UMIEJĘTNOŚCI (absolwent umie i potrafi)			
K1_U01	Posiada wysokie kompetencje profesjonalnego wyszukiwania, oceny i selekcji informacji w zweryfikowanych źródłach. W sposób zaawansowany potrafi tworzyć i redagować przekazy informacyjne, zarówno w postaci tekstowej, jak i graficznej.	P7U_U, P7S_UW	projekt indywidualny, ćwiczenia praktyczne, portfolio, prezentacja
K2_U02	Efektywnie wykorzystuje narzędzia do publikowania cyfrowego i potrafi profesjonalnie przygotować publikację do druku. Zna język komunikacji wizualnej i w stopniu zaawansowanym wykorzystuje go w zarządzaniu informacją. Posiada umiejętność projektowania oraz tworzenia interaktywnych produktów cyfrowych, odpowiadających potrzebom użytkowników. Jest ekspertem od wizualizacji danych, informacji i wiedzy. Potrafi optymalizować procesy informacyjne w celu budowania przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.	P7U_U, P7S_UW	projekt graficzny lub wydawniczy, portfolio, prezentacja projektu, zadania praktyczne
K2_U03	Posiada kompetencje badawcze i analityczne w zakresie zarządzania informacją i publikowania cyfrowego oraz badań medioznawczych. Potrafi przeprowadzić kompleksowe badania użytkowników, analizować i modelować wyniki badań oraz skutecznie wykorzystać je w projektowaniu produktów i przekazów cyfrowych.	P7U_U, P7S_UW	projekt badawczy, raport z badań, analiza wyników badań, prezentacja
K2_U04	Umie formułować i prezentować własne poglądy oraz argumentować opinie, posługując się poprawnym językiem polskim i obcym. Posługuje się językiem obcym nowożytnym w studiowanej dziedzinie zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P7U_U, P7S_UK	prezentacja ustna, referat, dyskusja problemowa, egzamin ustny
K2_U05	Samodzielnie zdobywa nową wiedzę i rozwija umiejętności informacyjne, medialne, edytorskie, graficzne i projektowe, mając na uwadze profesjonalną karierę zawodową.	P7U_U, P7S_UU	projekt indywidualny, portfolio
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (absolwent jest gotów do)			
K2_K01	Potrafi pracować w sposób innowacyjny i kreatywny oraz elastycznie dopasowuje się do panujących warunków. Umie pracować w zespole projektowym oraz organizować jego działalność; jest skutecznym liderem.	P7U_K, P7S_KK	obserwacja pracy indywidualnej i zespołowej, projekt zespołowy, prezentacja
K1_K02	Rozumie potrzebę zarządzania informacją w wymiarze indywidualnym i organizacyjnym oraz aktywnie działa na rzecz rozwijania rynku publikacji cyfrowych. Uczestniczy w rozwoju dyscypliny i profesji poprzez udział w różnych inicjatywach związanych z aktywnością kulturalną, naukową i komercyjną.	P7U_K, P7S_KO	udział w projektach, prezentacja, ocena aktywności
K1_K03	Ma świadomość znaczenia procesów zarządzania informacją oraz jej wizualizacji w rozwoju komunikacji społecznej i medialnej. Rozumie rolę mediów oraz ma	P7U_K, P7S_KR	projekt praktyczny, dyskusja problemowa

	świadomość znaczenia szeroko rozumianego zarządzania informacją w życiu społecznym.		
--	---	--	--

Grupa przedmiotów	Treści programowe	Efekty uczenia się dla grupy
Media, komunikacja społeczna i kultura współczesna Kursy: Teoria mediów i komunikowania System medialny w Polsce Problemy kultury współczesnej Współczesny język mediów Architektura nowych mediów* Współczesny rynek mediów*	Współczesne procesy komunikowania społecznego, funkcjonowanie mediów tradycyjnych i cyfrowych oraz ich wpływ na kulturę, społeczeństwo i gospodarkę. Analiza systemów medialnych, przemian języka mediów, nowych form komunikacji oraz relacji między technologią, kulturą i informacją. Przygotowanie do krytycznej analizy zjawisk medialnych i procesów komunikacyjnych zachodzących w środowisku cyfrowym.	K_W01, K_W02, K_W03, K_U01, K_U04, K_K01, K_K02
Redakcja, edytorstwo i publikowanie cyfrowe Kursy: Merytoryczna redakcja tekstu-warsztaty Kultura języka Gatunki dziennikarskie-warsztaty DTP – teksty użytkowe DTP – książki 1-2 DTP – czasopisma Formaty publikacji cyfrowych Rynek e-publikacji Współczesna poligrafia Współczesny rynek książki Wtórny rynek książki	Proces przygotowania publikacji od opracowania treści po końcową formę wydawniczą. Redakcja i korekta tekstów, projektowanie publikacji drukowanych i cyfrowych, zasady składu oraz przygotowania materiałów do publikacji. Funkcjonowanie współczesnego rynku wydawniczego, e-publikacji i poligrafii. Kształcenie kompetencji związanych z profesjonalnym przygotowaniem i dystrybucją treści w różnych kanałach komunikacyjnych.	K_W01, K_W02, K_W03, K_U02, K_U03, K_U05, K_K01, K_K03
Projektowanie graficzne, komunikacja wizualna i multimedia Kursy: Projektowanie typograficzne Grafika użytkowa Grafika wydawnicza Poster design Identyfikacja wizualna Projektowanie produktu Motion design Przekaz multimedialny Sztuka cyfrowa* Pracownia ilustracji*	Projektowanie wizualnych form komunikacji dla mediów drukowanych i cyfrowych. Typografia, grafika użytkowa, identyfikacja wizualna, projektowanie materiałów promocyjnych oraz multimedialnych. Zastosowanie współczesnych narzędzi projektowych do tworzenia atrakcyjnych, funkcjonalnych i estetycznych komunikatów wizualnych. Rozwijanie kreatywności oraz kompetencji projektowych wykorzystywanych w sektorze mediów, kultury i biznesu.	K_W02, K_W04, K_U03, K_U06, K_K01, K_K04
Projektowanie doświadczeń użytkownika i środowisk cyfrowych Kursy: Web design User Experience Design Psychologia projektowania	Projektowanie usług, produktów i środowisk cyfrowych zorientowanych na użytkownika. Zasady użyteczności, dostępności, projektowania interfejsów oraz analizowania doświadczeń użytkowników. Psychologiczne i funkcjonalne aspekty projektowania cyfrowego. Tworzenie	K_W03, K_W04, K_U02, K_U05, K_U06,

Portfolio	własnego portfolio projektowego dokumentującego kompetencje zawodowe i osiągnięcia projektowe.	K_K02, K_K04
Zarządzanie informacją, marketing i komunikacja organizacyjna Kursy: Przedsiębiorczość i teorie marketingu Ekonomika informacji Zarządzanie i marketing w wydawnictwie Social media marketing Nowy marketing* Public relations* Wybrane narzędzia e-commerce*	Zarządzanie procesami informacyjnymi, marketingowymi i komunikacyjnymi w organizacjach funkcjonujących w środowisku cyfrowym. Ekonomiczne aspekty informacji, planowanie działań marketingowych, budowanie relacji z odbiorcami oraz wykorzystanie mediów społecznościowych i narzędzi e-commerce. Przygotowanie do prowadzenia działań promocyjnych, informacyjnych i biznesowych opartych na efektywnym wykorzystaniu informacji.	K_W03, K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_K02, K_K03, K_K04
Prawo, bezpieczeństwo i zarządzanie zasobami informacyjnymi Kursy: Własność intelektualna w komunikacji cyfrowej Podstawy prawa mediów i reklamy Cyberbezpieczeństwo Algorytmy i standardy cyfryzacji Zarządzanie bibliografią* Repozytoria cyfrowe* Cyfrowe zasoby kultury	Prawne, organizacyjne i technologiczne aspekty funkcjonowania informacji w środowisku cyfrowym. Ochrona własności intelektualnej, regulacje dotyczące mediów i reklamy, bezpieczeństwo informacji oraz zasady cyfryzacji i udostępniania zasobów. Zarządzanie danymi, bibliografią, repozytoriami oraz cyfrowym dziedzictwem kulturowym. Kształtowanie odpowiedzialności za tworzenie, przechowywanie i udostępnianie informacji.	K_W05, K_W06, K_U01, K_U05, K_K01, K_K03
Badania, rozwój naukowy i kompetencje profesjonalne Kursy: Metody badań medioznawczych Projekty grantowe Projekt wydawniczy Twórcze pisanie-warsztaty Sztuka wystąpień publicznych Seminarium magisterskie 1-3 Język obcy dla celów akademickich	Metodologia badań medioznawczych i informacyjnych, przygotowanie projektów naukowych i grantowych oraz rozwijanie kompetencji komunikacyjnych. Projektowanie i realizacja przedsięwzięć wydawniczych, rozwijanie warsztatu pisarskiego i prezentacyjnego. Samodzielne prowadzenie badań, przygotowanie pracy magisterskiej oraz doskonalenie kompetencji językowych niezbędnych w działalności akademickiej i zawodowej.	K_W01, K_W02, K_U01, K_U04, K_U05, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04

* przedmioty wybieralne z oferty INoI

Wskazanie związków z misją uczelni i strategią jej rozwoju	Kierunek wpisuje się w misję Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie poprzez kształcenie specjalistów przygotowanych do funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym i gospodarce opartej na wiedzy. Program studiów odpowiada na potrzeby współczesnego rynku pracy związane z zarządzaniem informacją, komunikacją cyfrową, publikowaniem treści cyfrowych oraz wykorzystaniem nowych technologii w sektorach: edukacji, kultury i biznesu. Kierunek realizuje strategiczne cele Uczelni związane z rozwojem kompetencji cyfrowych i informacyjnych, dostosowaniem oferty dydaktycznej do dynamicznych zmian rynku pracy.
Sylwetka absolwenta	Absolwent studiów II stopnia zdobył rozszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania informacją i publikowania cyfrowego, zasad organizacji i funkcjonowania działalności medialnej i systemów komunikowania społecznego. Zna teoretyczne i praktyczne zagadnienia dotyczące organizacji, przepływu i projektowania informacji cyfrowej w komunikacji profesjonalnej: kulturalnej, naukowej, artystycznej i biznesowej. Jest ekspertem w doborze i właściwym posługiwaniu się metodami, technikami i narzędziami wykorzystywanymi w komunikacji cyfrowej. W stopniu zaawansowanym przygotowuje publikacje do druku, tworzy przekazy informacyjne w warstwie tekstowej, graficznej i multimedialnej, zna sposoby ich analizowania oraz promowania w społeczeństwie informacyjnym. Absolwent biegle posługuje się językiem komunikacji

	wizualnej oraz dobiera adekwatne strategie projektowania, badania i wizualizowania przestrzeni informacyjnych. Zna uwarunkowania prawne, marketingowe i ekonomiczne działalności informacyjnej, wydawniczej, medialnej i artystycznej oraz jest świadomy konieczności pogłębiania wiedzy oraz elastycznego funkcjonowania w środowisku zawodowym. Absolwent posługuje się językiem obcym na poziomie minimum B2+. Zdobywa profesjonalne przygotowanie do pracy w organizacjach zajmujących się zarządzaniem informacją i publikowaniem cyfrowym, a także projektowaniem ekosystemów informacyjnych. Jest przygotowany do współpracy z przedstawicielami nauki, kultury, mediów, biznesu i edukacji. Posiada przygotowanie do prowadzenia i koordynowania działalności marketingowej i promocyjnej.
Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	Kierunek przygotowuje do podjęcia pracy w charakterze specjalisty zarządzania informacją i publikowania cyfrowego, researchera, menedżera informacji, pracownika wydawnictwa oraz w sektorze związanym z mediami i szeroko rozumianą komunikacją społeczną. Zdobyte kwalifikacje uprawniają do pracy w sektorach administracji publicznej i państwowej, biznesie, mediach, instytucjach kultury, placówkach naukowych i edukacyjnych, organizacjach społecznych oraz innych zajmujących się zarządzaniem informacją i publikowaniem cyfrowym.
Dostęp do dalszych studiów	Absolwent studiów II stopnia uzyskuje prawo do podjęcia nauki na studiach doktoranckich (w szkole doktorskiej) oraz studiach podyplomowych.

Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów	Instytut Nauk o Informacji
--	----------------------------

Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	4 semestry, 120 punktów ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i osoby studiujące	1034
Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	41
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	119
Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	Nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	36
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	Nie dotyczy
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	Nie dotyczy

W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	Nie dotyczy
Łączna liczba godzin zajęć na studiach prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	211
Łączna liczba godzin zajęć / punktów ECTS kształcenia w zakresie języków obcych	15 godz./1 punkt ECTS
Procentowy udział punktów ECTS (w łącznej liczbie punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów), którą osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć: związanych z prowadzoną na uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach do których przyporządkowany został kierunek studiów (w przypadku profilu ogólnoakademickiego) lub kształtujących umiejętności praktyczne (w przypadku profilu praktycznego)	99%

ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I PUBLIKOWANIE CYFROWE

PLAN STUDIÓW W UKŁADZIE SEMESTRALNYM

Studia II stopnia stacjonarne

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Teoria mediów i komunikowania	10	20						30	E	5
System medialny w Polsce	10							10	Z	1
Projektowanie typograficzne				15				15	Z	1
Własność intelektualna w komunikacji cyfrowej	10	15						25	E	5
Merytoryczna redakcja tekstu-warsztaty		20						20	ZO	3
Kultura języka – warsztaty		10						10	Z	1
Grafika użytkowa				20				20	ZO	3
DTP – teksty użytkowe				20				20	ZO	3
DTP – książki 1				20				20	ZO	3
Przedsiębiorczość i teorie marketingu	15							15	Z	1
Podstawy prawa mediów i reklamy	10	15						25	ZO	3
	55	80		75				210	2	29

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Język obcy dla celów akademickich (poziom B2+)			15					15	ZO	1
			15					15	-	1

Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz.	punkty ECTS
Szkolenie BHK	4	0
Szkolenie biblioteczne	2	0
		0

Semestr II

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Problemy kultury współczesnej	10							10	Z	1
Współczesny język mediów		15						15	Z	1
Gatunki dziennikarskie-warsztaty		15						15	Z	1
DTP – książki 2				30				30	ZO	3
Grafika wydawnicza				20				20	ZO	3
DTP – czasopisma				15				15	Z	1
Ekonomika informacji	10			20				30	E	3
Metody badań medioznawczych	15							15	Z	2
Web design				20				20	ZO	2
Przekaz multimedialny				20				20	ZO	2
Psychologia projektowania	10							10	Z	1
	45	30		125				200	1	20

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 1					30			30	Z	8
					30			30	-	8

Oferta INoI – student wybiera kursy za 2 pkt. ECTS										
Wybrane narzędzia e-commerce		15						15	Z	1
Teoria symbolu i koloru	15							15	Z	1
Nowy marketing		15						15	Z	1
	0 lub 15	15 lub 30						30	-	2

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkt y ECT S	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie i marketing w wydawnictwie	10	20						30	E	3
Projekt wydawniczy		10						10	Z	1
Współczesna poligrafia	10							10	Z	1
Współczesny rynek książki	10	20						30	ZO	2
Wtórny rynek książki	10	10						20	Z	1
Infobrokering w biznesie				15				15	Z	1
Poster design				15				15	Z	1
Identyfikacja wizualna	10			20				30	ZO	2
Projekty grantowe		15						15	ZO	2
Twórcze pisanie-warsztaty		20						20	ZO	1
Social media marketing				15				15	Z	1
Cyberbezpieczeństwo	15			10				25	Z	1
	65	95		75				235	1	17

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ -	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 2					15			15	Z	8
					15			15	-	8

Oferta INoI – student wybiera kursy za 5 pkt. ECTS

Public relations		15						15	Z	2
Architektura nowych mediów		15						15	Z	3
Współczesny rynek mediów		15						15	Z	3
Zarządzanie bibliografią				15				15	Z	2
		15 lub 30		0 lub 15				30		5

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Rynek e-publikacji	10							10	Z	1
Formaty publikacji cyfrowych				15				15	ZO	2
Cyfrowe zasoby kultury				20				20	Z	2
Sztuka występów publicznych		15						15	Z	2
Projektowanie produktu				20				20	ZO	2
Portfolio				10				10	ZO	2
User experience design				20				20	E	3
Algorytmy i standardy cyfryzacji				20				20	Z	2
Motion design				20				20	Z	2
	10	15		125				150	1	18

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E /-	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 3					15			15	Z	9
					15			15	-	9

Oferta INoI – student wybiera kursy za 3 pkt ECTS

Repozytoria cyfrowe				15				15	ZO	3
Sztuka cyfrowa				15				15	ZO	3
Pracownia ilustracji				15				15	ZO	3
				15				15	-	3

Egzamin dyplomowy

Tematyka	punkty ECTS
Egzamin magisterski obejmuje treści kształcenia z całego okresu studiów oraz problematykę związaną z tematem pracy magisterskiej.	0

Legenda:

- * Język obcy dla celów akademickich kończy zaliczenie z oceną. Studenci wybierają język będący kontynuacją języka obcego z I stopnia studiów lub inny język, który znają na poziomie co najmniej B2.
- * Od semestru I student dokonuje wyboru kursów z oferty oferty INoI.
- * E – egzamin, ZO – zaliczenie z oceną, Z – zaliczenie.
- * Wszystkie wykłady są prowadzone w ramach kształcenia na odległość.

Kraków, 25 czerwca 2026 r.

**Uchwała Rady Instytutu Nauki o Informacji z dnia 25 czerwca 2026 roku,
w sprawie zatwierdzenia studiów stacjonarnych i niestacjonarnych na rok
akademicki 2026/2027**

Rada Instytutu Nauk o Informacji zatwierdziła plany studiów stacjonarnych i niestacjonarnych w Instytucie Nauk o Informacji na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie na rok akademicki 2026/2027.

Plany i programy zatwierdzone:

Architektura informacji studia I stopnia stacjonarne

Architektura informacji studia I stopnia niestacjonarne

Zarządzanie informacją i publikowanie cyfrowe I stopnia stacjonarne

Zarządzanie informacją i publikowanie cyfrowe II stopnia stacjonarne

Zarządzanie informacją i publikowanie cyfrowe II stopnia niestacjonarne

ZASTĘPCA DYREKTORA
ds. KSZTAŁCENIA
Instytutu Nauk o Informacji
Maciej Saskowski
dr Maciej Saskowski

Kraków, 25.06.2026 r.

**Decyzja Instytutowej Rady ds. Jakości Kształcenia
w Instytucie Nauk o Informacji
z dnia 25 czerwca 2026 roku, w sprawie zatwierdzenia studiów stacjonarnych
i niestacjonarnych w roku akademickim 2026/2027**

Instytutowa Rada ds. Jakości Kształcenia zatwierdziła plany stacjonarne i niestacjonarne w Instytucie Nauk o Informacji na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie na rok akademicki 2026/2027.

Z poważaniem

*Sabina Kicińska - przewodnicząca Rady
ds. Jakości Kształcenia
w Instytucie Nauk o Informacji*

Kraków, 25.06.2026 r.

Instytut Nauk o Informacji

Karolina Grzybek

Dyrekcja Instytutu Nauk o Informacji

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej

w Krakowie

Uprzejmie informujemy, że Samorząd Studencki Instytutu Nauk o informacji zapoznał się z planami i programami studiów na rok akademicki 2026/2027 i nie zgłasza uwag.

Z poważaniem

Karolina Grzybek